

Transformación del Mercadeo Bancario a través de la Innovación Tecnológica



Índice de contenidos



01 Temática y Objetivo

02 Panorama regional de la adopción digital

03 Factores psicológicos y sociales de adopción

04 Confianza digital y competencia fintech

05 Inclusión financiera y brechas tecnológicas

06 Conclusiones y perspectivas

Temática y objetivo

Temática Central


La digitalización bancaria en América Latina y su impacto en las estrategias de mercadeo, analizando cómo la tecnología, factores psicológicos y sociales están reconfigurando la relación entre bancos y usuarios.

Objetivo

Comprender los factores que determinan la adopción de servicios bancarios digitales en la región, integrando modelos teóricos (TAM y UTAUT) con datos actuales sobre pagos instantáneos, competencia fintech y barreras de adopción.



Panorama Regional de la adopción digital

 **Crecimiento Exponencial**
Los pagos digitales pasaron de 620 millones (2017) a 79.8 mil millones de transacciones (2024)


Brasil (Líder)

- 37 mil millones de transacciones Pix (2023)
- 170+ millones de usuarios activos
- 71.2% penetración digital
- 329 transferencias per cápita

México (Rezagado)

- 8.5% contratación digital en ahorro
- 12.2% último crédito digital
- 22 transferencias per cápita
- Educación condiciona uso



 **Conclusión clave:** La adopción no depende solo de infraestructura, sino de percepciones de utilidad, seguridad y presión social

Factores Psicológicos y Sociales de Adopción



Modelo TAM

(Technology Acceptance Model - Davis, 1989)

Utilidad Percibida

¿La app ofrece ventajas reales?

Facilidad de Uso

¿Es intuitiva y sencilla?



Modelo UTAUT

(Unified Theory - Venkatesh et al., 2003)

Influencia Social

Presión del entorno (amigos, comercios)

Experiencia Previa

Familiaridad con tecnología digital



Insight:

En Brasil, la presión social positiva (comercios aceptando Pix) aceleró masivamente la adopción. Las decisiones son tanto emocionales como racionales.



pix
powered by Banco Central

Confianza Digital y Competencia Fintech



⚠ Riesgo y Confianza

Cifras de Riesgo:

- • +32% intentos de fraude (2023-2024)
- • Ecuador: falta de credibilidad en m-banking
- • Chile: riesgos cibernéticos crecientes

Dilema del Usuario:

"Quieren rapidez, pero temen perder información o dinero"



🚀 Auge Fintech

498

Fintech Brasil

249

Fintech México

15.9%

Crecimiento anual



🏛 Respuesta Bancaria

87% aumentó inversión en TI, 82% ofrece apertura 100% digital, pero solo 35% implementó IA. Barrera principal: 28% cultura organizacional

Inclusión Financiera y Brechas Tecnológicas

Panorama de Inclusión

45%
de los pagos electrónicos son digitales en LATAM

Barreras Principales

- Conectividad limitada en zonas rurales
- Baja educación financiera digital
- Herramientas percibidas como complejas
- Desconfianza institucional

Necesidades para Avanzar

- Pedagogía financiera continua
- Inclusión digital territorial
- Acompañamiento personalizado
- Diseño UX simplificado

Reflexión

La digitalización pierde alcance si no va acompañada de acceso, educación y empatía hacia poblaciones vulnerables

Diagnóstico

- Avance marcado por contrastes regionales
 - TAM y UTAUT explican que adopción = tecnología + emociones
- Confianza es el mayor punto de quiebre


Perspectiva Regional

América Latina tiene una **oportunidad real** de construir un sistema financiero más accesible, pero solo si las instituciones logran conectar genuinamente con las necesidades, miedos y expectativas de sus usuarios.

Conclusiones y Perspectivas

Futuro

- Combinar tecnología con empatía
- Comunicación clara sobre seguridad
- Conectar con expectativas del usuario

 **El mercadeo bancario ya no se define por tasas, sino por experiencia, confianza y personalización**





Gracias